

LATINOAMÉRICA, IMÁGENES, REPRESENTACIONES Y ESTEREOTIPOS

Estelí Puente Beccar

Investigadora independiente

Los países del tercer mundo -no occidental y empobrecido-, sus habitantes y sus paisajes se han descubierto como inagotables fuentes de recursos estéticos para la industria de los videos musicales. En este artículo se analiza una serie de cinco de estos videos filmados en Bolivia, dirigidos por Ian Pons (director inglés-español) y João Nuno (cineasta portugués). Los videos corresponden a canciones de cinco bandas y músicos distintos, europeos y australianos, cuya música contrasta y se ensambla con los videos simultáneamente. El tema central del análisis es la representación de estereotipos de la otredad, la miseria y la inferioridad a través de discursos políticamente correctos de los que, sin que sea esta su intención, escapan atisbos de carácter colonial. El resultado acaba promoviendo una contradictoria y compleja identificación del público latinoamericano y una afición del occidental al exotismo de siempre.

¿Son los videos musicales de hoy la versión actualizada del cine de Hollywood del siglo XX? ¿Aquel cine en el que los papeles de personajes incaicos eran dados a mexicanos de piel oscura y habla hispana, o en el que los indios que poblaban las Américas a la llegada de Colón se comían los unos a los otros aprovechando cada oportunidad? ¿Son estos videos acaso un nuevo espacio en el que la imaginación de sus creadores puede volar aprovechando esos paisajes y personajes exóticos con tanto potencial estético, libre del ojo que hoy observa cada paso que el cine da intentando evitar las representaciones simplistas del tercer mundo? Sospecho que las respuestas a estas preguntas son afirmativas, con un rotundo “sí”. La industria de los videos musicales ha descubierto recientemente cuánto potencial hay en África,

Asia y Latinoamérica para mostrar relatos con una gran fuerza visual, haciendo de las canciones nada más que una excusa para el arte del videoclip.

El cine y la fotografía fueron y son herramientas innegablemente útiles para observar el mundo y transmitir ideas con fragmentos de realidad capturados en imágenes. Para la antropología, la fotografía y el cine son un instrumento para recoger información y analizarla, entendido como un “dispositivo culturalmente codificado” (Sekulla en Brosset 1999 6), es decir, como herramientas que entregan información ya pre-interpretada por quien seleccionó el encuadre, la edición del sonido, lo que queda dentro y lo que queda fuera de lo registrado. En el caso de la expresión artística, el cine y la fotografía se nutren de la imagen y el sonido, de las posibilidades que brinda ese juego de selección/combinación. Son herramientas cuyo principal afán es transmitir ideas para generar sentimientos y reflexión. Desde lo artístico, el objetivo final es distinto. No se pretende comunicar verdades.

Aquí se produce un quiebre. El espectador, más allá de aquel especializado, no siempre identifica –y no tiene por qué hacerlo– la intención originalmente plasmada en lo que observa. Confunde así la información analítica del documental antropológico con la intención creativa del largometraje fantástico, aunque sea uno de ellos el que declara basarse en hechos reales. La línea que divide lo uno de lo otro es casi imperceptible. Las cosas transmiten sus propios mensajes, las imágenes se escapan de las manos de quien las capturó. Lo que leemos no es lo que escribió el autor.

Desde el inicio de la etnografía visual, la fotografía y el video se han convertido en medios de registro de lo extraño, de lo diferente. El cine, principalmente desde que se hizo sonoro, ha explotado este recurso y ha intentado acercar esos mundos lejanos al público –casi

exclusivamente occidental– que no podría de otra manera llegar a conocer. Encontramos así una lista interminable de largometrajes que relatan las aventuras del europeo en aquellas tierras desconocidas que, bajo el poder del imperio al que este hombre representa, se descubren peligrosas, auténticas, ingenuas y sobre todo exóticas. Los escenarios preferidos: India y África en todo el esplendor del mundo colonial, gracias a la coincidencia entre el desarrollo de la capacidad económica y tecnológica de producción cinematográfica y el poder de las grandes colonias (Shohat y Stam 1994). En el mundo de hoy, el cine y la fotografía están en todas partes y cuentan todo tipo de historias. La globalización ha hecho de esta industria un medio al alcance de todos.

Los videoclips o videos musicales son una de las expresiones derivadas del mundo del cine y de la industria musical. Estas producciones fílmicas se sustentan en el mundo de la música y de su difusión en medios como la televisión y el internet y se prestan para un tipo de análisis distinto al de los corto y largometrajes, los documentales o las obras de video-arte. En este caso analizaremos una serie de videos que ejemplifican ese proceso de captura de lo exótico bajo una visión globalizada y colonial del mundo, que se enmascara detrás de una producción artística de gran riqueza y potencial visual.

Para responder a las preguntas que propuse al inicio de este ensayo, propongo revisar cinco videos filmados en Bolivia durante los años 2013 y 2014, dirigidos por Ian Pons (director inglés-español) y João Nuno (director portugués). No pretendo juzgar la intención de los creadores, simplemente porque no la conozco. Tampoco me atrevo a adivinar el ánimo de sus colaboradores ni de los músicos que se ven involucrados en cada uno de los videos. Lo que busco es realizar una lectura del mensaje transmitido sobre la concepción que tiene el mundo

occidental o europeo respecto del tercer mundo, en este caso específicamente del mundo andino.

5 videos, 5 canciones

Podemos rastrear la historia de los videoclips hasta los musicales de las décadas de 1950 y 1960, en el inicio de la producción cinematográfica que acompañó el crecimiento de varios músicos populares como Elvis Presley, The Beatles y The Rolling Stones. El objetivo de los videos musicales es promocionar y vender una canción o un álbum y, muchas veces, generar una especie de marca-producto para una banda o agrupación musical. Por lo tanto, como toda estrategia comercial, responde a las expectativas del público potencial. En algunos casos, la calidad artística de los videos genera una expectativa igual o mayor a la generada por la música, lo que ha dado pie al surgimiento de directores que han ganado reconocimiento gracias a su estilo visual y/o narrativo específicamente en el mundo de los videos musicales.

Cuatro de los cinco videos que veremos a continuación fueron dirigidos por Ian Pons Jewell, cineasta de origen inglés-español. Con una carrera aún breve, Pons ha dirigido los comerciales de la campaña “All 2012” de Adidas y ha escrito y dirigido varios cortometrajes y una veintena de videos musicales. Fue nominado como mejor director para los “UK Music Video Awards 2013” con el video de la canción “La la la”, que analizaremos más adelante.

El quinto video es dirigido por João Nuno Pinto, mozambiqueño de nacimiento pero portugués de vida y obra. Nuno es también un cineasta joven que inició su carrera en el mundo de los comerciales para después trabajar con cortometrajes, estrenando el 2010 su primer largometraje “América: uma história bem portuguesa”. Los videoclips son también parte de su obra cinematográfica.

Los videos de Ian Pons que revisamos aquí son “In limbo” del grupo Landhsapes, “La la la” del músico Naughty Boy, “Dojo rising” del grupo Cloud Control y “Another” del grupo Seekae. EL video de João Nuno corresponde a la canción “Don’t swim” del músico Keaton Henson. Son todos videos narrativos, es decir, relatan una historia breve con personajes definidos y una línea temporal clara. En ninguno de los casos la narración está relacionada directamente con el texto de la canción, pero es posible identificar una relación en cuanto al ritmo visual, el narrativo y el musical, y una atmósfera propia generada entre la música y la estética visual.

In limbo

(929 likes en Vimeo: <https://vimeo.com/62797737>; 1.435 likes y 86.943 reproducciones en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=sjgg3ZNkTu0>)

El video de “In limbo”, lanzado en marzo del 2013, es el primero dirigido por Pons en Bolivia. Fue la banda inglesa Landshapes la que contactó al director para que filmara un video basado en las “Cholitas luchadoras” de la ciudad de El Alto. El guión fue estructurado por Pons y Luisa Gerstein, vocalista del grupo, en torno a la idea que la banda tenía sobre el mensaje de la mujer indígena como muestra de una doble sub-clase social.¹ En el video, con un cierto tinte documental, se sigue a una mujer indígena aimara durante uno de los días en los que participa en el espectáculo de lucha libre.² Ella es el personaje principal, acompañada por otras y otros luchadores, las personas que están en las calles por las que ella camina y el público presente en la pelea final, apareciendo la vocalista de la banda en una de las tomas, mientras es “bendecida” por un chamán curandero o *kallawaya*.

La la la

(661 likes en Vimeo: <https://vimeo.com/64966999>; 1.439.093 likes y 492.560.970 reproducciones en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=uXCAYWtNAPw>)

Después de la filmación del video de “In limbo”, Pons se quedó en Bolivia y dirigió el video de la canción “La la la”, del músico inglés Naughty Boy. Lanzado en abril del 2013, este video relata la historia de un niño que huye de un entorno violento para encontrarse con dos personajes que lo acompañan en un viaje hacia las montañas, donde se encuentran al Tío, expresión andina del diablo. El video está ambientado en la ciudad de La Paz, el Salar de Uyuni, el Cerro Rico de Potosí y en el interior de una mina. Según Pons, la narración corresponde a una fusión entre la historia del Mago de Oz y una historia local sobre un niño sordo con el poder de sanar con su grito.³ El eje central de la narración es el sacrificio del niño al Tío, quien, según la religión andina, permite y favorece el acceso de los mineros a los minerales de las montañas.

Dojo rising

(138 likes en Vimeo: <https://vimeo.com/67772660>; 2.413 likes y 288.001 reproducciones en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=SGSij0-cljl>)

Este video del grupo australiano Cloud Control, fue lanzado en junio del 2013. Filmado en la zona residencial de la ciudad de La Paz, relata la persecución de un payaso por una niña que busca venganza a causa de una fiesta de cumpleaños desastrosa. Según Pons,⁴ la historia sigue la idea propuesta por el vocalista de la banda. El relato se inicia con la fiesta de cumpleaños en el jardín de una casa de clase media. Fuera de control, los niños pelean, destrozan y beben alcohol. La persecución se inicia con el padre persiguiendo al payaso para luego ser la niña quien, con ayuda de la policía, lo encuentra y le da muerte.

Another

(116 likes en Vimeo: <https://vimeo.com/72305344>; 2.711 likes y 310.845 reproducciones en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=qOkVwW64WyA>)

El cuarto video, lanzado en septiembre del 2013, es el de la canción “Another”, del grupo australiano Seekae. Ambientado en las ciudades de El Alto y La Paz, el video muestra uno de los mitos urbanos más conocidos en Bolivia, según el cual se entierra a un hombre vivo en los cimientos de los grandes edificios a manera de ofrenda a la Pachamama, deidad de la tierra. En este video, el más sombrío de todos tanto en su estética como en su temática, se sigue al protagonista, un muchacho pobre y alcohólico, desde que sale de su casa en uno de los barrios más pobres de la ciudad de El Alto, hasta un edificio en construcción en una de las zonas residenciales de la ciudad de La Paz. Elegido al azar, el personaje principal es invitado a emborracharse por quienes están a cargo de ejecutar la ceremonia de ofrenda. A los pies del edificio en construcción y a causa del alcohol, el protagonista pierde la conciencia y es enterrado vivo.

Don't swim

(1.083 likes en Vimeo: <https://vimeo.com/106982886>; 259 likes y 10.492 reproducciones en YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=AQ54H87Ahkl>)

El video dirigido por João Nuno, filmado en septiembre del 2014, acompaña a la canción “Don't swim” del cantautor británico Keaton Henson. Está ambientado en el Salar de Uyuni, en un pequeño pueblo de la zona y dentro de un bar y una habitación en la que la protagonista del video es sujeto de una ceremonia celebrada por un *yatiri*, o sacerdote andino, y por un grupo de mujeres indígenas. En el bar, la protagonista –único personaje de aspecto caucásico a pesar

de ser una actriz brasilera— baila con uno de los varones que la rodean, observándola. El video refleja el tono triste y angustiado de la música y la letra de la canción en los rasgos y la actuación de la protagonista, junto al desolado paisaje del Salar de Uyuni y la oscuridad y precariedad de los demás espacios.

El tercer mundo y sus estereotipos

Desde el punto de vista de los videos, las historias son un pretexto para la promoción de las canciones. ¿Qué es lo que vemos en estos videos? Vemos un tercer mundo andino exótico y carente. Vemos elementos que se prestan a la edición digital y al lenguaje visual contemporáneo como una fuente inagotable y novedosa para el público occidental.

Ya aclaré que no busco analizar ni adivinar la intención de los directores ni de los equipos de profesionales y artistas involucrados en la creación de los videos. Lo que quiero es descubrir cómo cada uno de estos videos refleja, a su manera y a través de elementos específicos distintos, una visión occidental del tercer mundo, del mundo no-occidental ajeno a la realidad cotidiana del público al cual se dirigen de estas obras. ¿A qué me refiero cuando hablo del tercer mundo? Me refiero a las naciones colonizadas, neo-colonizadas o descolonizadas y a las “minorías” que las componen (Shohat y Stam 1994).

En este marco, el tercer mundo es el que se opone —dentro de la división binaria planteada por McLeod (2000)— al mundo occidental, precisamente a partir de sus diferencias. Lamentablemente no se trata de una oposición entre iguales, puesto que el discurso hegemónico surge de occidente, sino que lo no-occidental es, en palabras de McLeod, “frecuentemente descrito en una serie de términos negativos que sirven para reforzar un sentido de superioridad y fortaleza del Occidente” (40–41).⁵ Este es mi punto de partida. Sin

embargo, para el análisis, presto atención principalmente a dos aspectos que emergen de los videos mismos: el primero es la visión occidental transmitida y recibida por y desde el mundo occidental; y el segundo es la visión occidental transmitida desde el mundo occidental y recibida por el mundo no-occidental.

El entorno exótico

Como escenario para el desarrollo de los relatos, el contexto geográfico andino es presentado como un recurso exótico, compuesto por paisajes impresionantes que dan esa sensación de lo aún no descubierto, no habitado, no conquistado, y por paisajes urbanos caóticos, habitados por sujetos extraños. El exotismo, sin embargo, no es lo mismo que el racismo. Phyllis Rose nos explica que “mientras los racistas son amenazados por la diferencia, el exotista la encuentra graciosa” (Rose en Shohat y Stam 21). Encontramos aquí exotismo y no racismo. Fascinación por lo diferente. El punto de comparación es, obviamente, el mundo occidental. Ambos elementos –personas y paisajes exóticos– han llegado antes al mundo occidental a través de las fotografías postales y los films documentales que invitan al sujeto occidental a viajar a destinos turísticos llenos de aventuras y descubrimientos con los que curar la nostalgia por la terra incógnita.

Como íconos del contexto geográfico andino, las montañas y el altiplano forman parte del paisaje en los cinco videos. Estos elementos tienen un papel protagónico en los videos de “La la la” y “Don’t swim”, mientras que en los demás caracterizan el emplazamiento del paisaje urbano de las ciudades de La Paz y El Alto, haciendo fácil reconocerlas. En “Don’t swim” y “La la la” encontramos también referentes bolivianos más específicos. El principal es el desierto del Salar de Uyuni, al que se suman su cementerio de trenes, el Cerro Rico de Potosí y sus minas.

Como estereotipos dentro del paisaje urbano en los cuatro videos, nos encontramos con la pobreza y la miseria de las construcciones inconclusas, de los edificios y objetos viejos y ruinosos. La única excepción es la casa de la familia de clase media de “Dojo Rising”.

Dentro de la ciudad, en los videos de “In limbo”, “La la la” y “Another”, identificamos la típica imagen del mercado colorido, centro del comercio informal, y el estereotipo del baile y la música folclórica en los videos de “In limbo” y “La la la”. En este último, el personaje folclórico del ch’utillo –característico del carnaval aimara– se confunde con los personajes chamánicos como los kallawayas y la figura del Tío, presentes también en los videos de “La la la”, “In limbo” y “Don’t swim”. En los tres videos la religión popular, caracterizada por el sincretismo entre el catolicismo y las religiones andinas, no pasa desapercibida. Este aspecto cobra mayor relevancia al tratarse de las ofrendas sacrificiales que son el tema central de los videos de “La la la” y “Another”, y en la ceremonia de sahumerio y vestido en la que participa la protagonista de “Don’t swim”.

Finalmente, y como el elemento más sencillo y más evidente, la vestimenta tradicional convoca la imagen de la mujer indígena andina, con el bebé en la espalda, las polleras amplias y el sombrero bombín en la cabeza. La mujer andina protagoniza el video de “In limbo”, actúa en el de “Dojo Rising” y aparece permanentemente en los de “La la la”, “Another” y “Don’t swim”. Todos los rostros de los personajes de los videos, a excepción de la vocalista de Landshapes y la protagonista de “Don’t swim”, son rostros inconfundiblemente indígenas, aimaras. Lo exótico cae también por el color de la piel y los rasgos andinos.

Todos los elementos que acabamos de mencionar son estereotipos que permiten reconocer fácilmente el escenario territorial y cultural en el que se desarrollan los relatos. Sin

embargo, encontramos otros elementos más abstractos que, estrechamente relacionados con los que ya identificamos, consideramos más importantes. Son aspectos vinculados a la imagen que se tiene en occidente, no sólo de Bolivia, sino de Latinoamérica y del tercer mundo en general, y que van más allá de la fiesta y el color abundante. Los elementos a los que me refiero son la pobreza crónica, el caos y el desorden, la droga y el alcohol, y la violencia y la barbarie que caracterizan no sólo al indígena, sino también al mestizo de clase media. En este punto el exotismo raya en racismo y la línea que los divide se hace casi imperceptible.

Un tercer mundo subdesarrollado

A primera vista, la presencia constante de niños, mujeres y otros sujetos vulnerables como símbolos de la inocencia y bondad intrínsecas de lo exótico, podría parecer parte esencial del mensaje que los videos transmiten. Sin embargo, la carga de elementos negativos en cada uno de los videos determina el mensaje que finalmente comunican. La pobreza y la suciedad, especialmente visibles en los videos de “Don’t swim”, “Dojo Rising” y “Another”, y la constante presencia de alcohol y drogas en estos tres videos y en de “La la la”, refuerzan la relación ya asumida desde occidente entre el tercer mundo y la miseria, el alcoholismo y la drogadicción.

La violencia está presente en los cuatro videos de Ian Pons. Tanto el video de “In limbo” como el de “Dojo rising” hacen de la violencia el eje central de la narración, aunque con un enfoque distinto. “In limbo” discute el rol femenino en una cultura violenta, mientras “Dojo rising” juega con la violencia y su relación con la infancia. En el video de “Another” la violencia es omnipresente, puesto que el relato mismo es de por sí violento. A pesar de que la violencia es una característica de la producción cinematográfica de Pons, en este contexto es un

elemento que, al igual que la pobreza y el narcotráfico, se consolida como símbolo inconfundible de los países del tercer mundo.

Tenemos entonces el retrato de un mundo no occidental en estadio de barbarie, un tercer mundo que, aunque compuesto por países “en proceso de desarrollo”, está determinado por elementos físicos y biológicos indiscutiblemente distintos. Los personajes, de piel morena – algunos más morenos que otros–, llevan dentro sangre indígena y habitan un paraje en parte inhóspito y en parte nacido en ruinas.

Pons y Nuno recurren a los rasgos físicos del hombre y la mujer andinos y explotan su potencialidad visual. Sus rasgos, su vestimenta, sus gestos. Le hacen justicia a la realidad con un casting local, que no busca imitar dicha realidad, sino que la pone en la pantalla. Sin embargo, como plantean Shohat y Stam, “el casting ‘realista’ es insuficiente si las estrategias de la estructura narrativa permanecen siendo eurocéntricas” (190). El indígena continúa siendo indígena, el mestizo de clase media sigue atrapado entre su herencia indígena y sus aspiraciones de occidentalización. Ambos son personajes representativos del tercer mundo. Y es que este hecho no puede ser pasado por alto, porque en un contexto globalizado, dominado por una hegemonía occidental, “el fenotipo indígena no está postulado como un ideal apreciable que cualquiera quisiera tener [...] Entonces en este aspecto la globalización viene a dar un nuevo aire al colonialismo, a la utopía del blanqueamiento” (Portocarrero 191). Lo más probable es que nadie quiera verse como los personajes de estos videos. Ni los directores, ni los fans de los músicos, ni los músicos, ni siquiera los mismos latinoamericanos.

El discurso colonial y lo políticamente correcto

Los estereotipos que acabo de identificar nos muestran un neocolonialismo hecho de imágenes, un discurso que pretende ser universal y que responde a la cultura occidental hegemónica, que identifica los estereotipos sin cuestionarlos, inclusive dentro del mismo público boliviano. Damos por hecho que la apropiación de los recursos visuales y temáticos por parte de Pons, Nuno y sus equipos de trabajo, no tiene una intención negativa. En lo evidente no hay mensajes racistas ni de discriminación de ningún tipo. Lo indígena y lo folclórico son recursos visuales, como lo son los paisajes del salar de Uyuni y las montañas que rodean a la ciudad de El Alto. Pero los videos, y las omisiones hablan por sí mismos, a través de un discurso que pretende ser políticamente correcto –no ofensivo ni controversial– y que termina siendo precisamente lo contrario. Un discurso que, disfrazado de llamativos recursos estéticos, replica la visión colonial de lo exótico y precario del tercer mundo.

El colonialismo se expresa aquí como una operación discursiva. Como tal “interpela al sujeto colonial incorporándolo en el sistema de representación” (Tiffin y Lawson en McLeod 37). Al ser la industria musical un monstruo que en el campo económico mueve millones y en el cultural incide en el bagaje de conocimientos y prejuicios del mundo occidental y occidentalizado, la intención acaso paternalista y políticamente correcta de los videos se convierte en un arma de doble filo.

¿Quién es el espectador y cuál es su identidad?

Partamos de una premisa: el eurocentrismo es aprendido desde la escuela. En occidente y en el tercer mundo occidentalizado, el eurocentrismo –y por tanto el etnocentrismo occidental– es la base epistemológica. El cine y la televisión han introducido al público a

culturas nuevas y exóticas. Otorgándole el valor de una herramienta etnográfica, ese público occidental y occidentalizado acepta como verdadero lo que le es mostrado, porque es imagen y es sonido, entonces es real. Así, “los medios de comunicación pueden normalizar así como exotizar a otras culturas, y pueden incluso dar forma a comunidades e identidades alternativas” (Shohat y Stam 347), convirtiéndonos en hijos de los medios de comunicación masiva.

El público espectador es un público que no cuestiona críticamente lo que observa, y si lo hace, no se detiene a reflexionar sobre lo que le es transmitido entre líneas. Se encuentra con un casting realista –y por lo tanto políticamente correcto– y no lo cuestiona ni lo critica. Se encuentra con premisas racistas y con inferencias que no cuestiona, porque no le son dichas en los títulos ni en los subtítulos de los videos, ni de los artículos de periódico escritos por periodistas impresionados que alaban la aparición del país en videos de música internacionales.

Los medios de comunicación tienen el poder de formar conciencias y de construir prototipos socioculturales que han de convertirse en los modelos a imitar. Estos prototipos se basan en las diferencias, cimienta de las identidades, construidas en pos de la neutralización y legitimación de las desigualdades (Grimson 19). Al establecer las pautas que definen estas diferencias entre lo occidental y lo no-occidental a escala global, los *massmedia* participan activamente en el proceso de construcción de las identidades locales (Shohat y Stam 1994). El público occidental puede leer las imágenes y etiquetarlas de exóticas, pero también de bárbaras. Puede encontrar belleza en ellas y sentir nostalgia, pero también puede encontrar el retrato de un sujeto inferior económica, estética y moralmente, y pensarse superior. Ese sentimiento de superioridad es la base de todo proceso de colonización. En palabras de Shohat

y Stam, “el colonialismo es el etnocentrismo armado, institucionalizado y globalizado” (16). Los medios de comunicación hacen del público occidental el sujeto colonizador.

La recepción de los videos por parte del público boliviano ha sido amable y acogedora. El boliviano con acceso a los medios de comunicación, a través de los cuales recibe estos videos, se ve representado en un formato de alcance mundial, se reconoce porque reconoce sus paisajes y encuentra familiar lo que ve. Además, se encuentra a sí mismo en un lugar en el que no pensaba estar: el mundo de la música anglófona e internacional. Los *massmedia* hacen del público tercermundista, con aspiración de primer mundo, el sujeto colonizado.

Un pretexto para una estética “postmoderna”

Desde las décadas de 1960 y 1970, con los trabajos de Jorge Sanjinés, Antonio Eguino y Jorge Ruiz entre otros, la producción cinematográfica boliviana se ha caracterizado por una estética relacionada con la protesta social y las tendencias indigenistas de izquierda. La producción nacional no abandonó esta herencia visual hasta finales de la década de 1990, gracias a una refrescante producción de largometrajes con temáticas y manejo del lenguaje visual diferentes. Sin embargo, la imagen que caracteriza aún hoy al cine nacional está vinculada con el cine de reivindicación de la población indígena, una estética que se está actualizando de la mano de películas como *Zona Sur* (2009) e *Yvy Maraey* (2013) del director Juan Carlos Valdivia. Sin embargo, el uso de la imagen del indígena, lejos de parecerse a la fabricación de estereotipos como los descritos antes, tiene y mantiene un trasfondo político de denuncia.

Por otro lado, la producción de videoclips para grupos de música locales no ha recurrido a elementos similares a los estereotipos que hemos identificado –alejándose de la estética del

hambre, la pobreza y la naturaleza exuberante—, sino que busca imitar la estética occidental o aprovechar la estética indígena como fuente de un discurso alternativo. Es una industria creciente que no deja de encontrarse con los obstáculos que implican los presupuestos reducidos, las limitaciones técnicas, tecnológicas y las reducidas posibilidades de difusión y alcance comercial. Los videos de Pons y Nuno aparecen en este escenario como una absoluta novedad. Nos encontramos con una antigua estética del hambre, apropiada y digerida por una lógica europea que devora la realidad andina con una actitud voyeurista. El resultado que se obtiene es una estética postmoderna caracterizada por el impresionante resultado visual y la calidad tecnológica de sus imágenes, y por un discurso exotista y potencialmente colonialista, pero —o quizás por esta razón— comercialmente exitoso.

A manera de conclusión

El uso de los estereotipos del tercer mundo en expresiones culturales como las que aquí hemos revisado contribuye a la construcción de un imaginario de lo exótico y lo subdesarrollado con una fuerza y una eficacia que no podemos concebir. Las representaciones hegemónicas de las identidades surgen de los grupos sociales que tienen poder sobre otros. Estas representaciones perpetúan el discurso hegemónico del que surgen y, por tanto, también las relaciones de poder que caracterizan a los contextos coloniales.

El discurso políticamente correcto no logra salvar al objeto cultural de su carácter colonialista, puesto que es un discurso doblemente peligroso. Primero, porque mantiene debajo de la mesa los temas controversiales por temor a que su discusión resulte ofensiva o discriminatoria. El resultado es que se los da por superados, cuando en realidad —siendo que el que está en la posición de poder es quien decide sobre lo que es o no políticamente correcto—

son temas invisibilizados. Segundo, porque se reduce lo controversial a lo que aparece a simple vista (el ciego que se convierte en no vidente, el indio que se convierte en indígena, el subdesarrollado que está en vías de desarrollo) y se omite el hecho mismo de la contradicción (¿qué ocurre con el ciego, el indio, el subdesarrollado?). Lo políticamente correcto nos evita la angustia de ver lo que no queremos ver, simplificándolo, convirtiéndolo en un elemento de fábula, en paisaje.

Al tercermundista occidentalizado le conviene este discurso políticamente correcto. No se reconoce a sí mismo en las postales, en los documentales, ni en los videos que hemos analizado. Los ve y se identifica con el país y el continente, pero se relaciona con los sujetos como lo hace con las montañas. Son parte de su entorno, pero no son él mismo. El tercermundista occidentalizado es cómplice de este exotismo y lo disfruta, porque le permite generar una distancia y por tanto una diferencia. Este tercermundista ha encontrado un argumento globalizado para la construcción de una identidad occidentalizada.

El boliviano que ve estos videos se siente identificado con la representación de su país y de su identidad y lo celebra. Sin embargo, no percibe la pesada carga que los estereotipos le ponen en la espalda, porque su identidad de mestizo también está forjada en torno a ellos, estereotipos que son referentes borrosos de un contexto cultural que desconoce. Hoy se encuentra ante una grieta identitaria profunda, pues se enfrenta a la identidad indígena de su país desde un contexto político y social que lo incomoda. Se percibe a sí mismo en una nebulosa de contradicciones, porque no sabe si abrazar los estereotipos culturales que ve en los videos o rechazarlos. Termina por cobijarse bajo la sombra del folclor y de la transformación de su exotismo en recurso innovador del pop rock que prefiere escuchar.

El monstruo de la industria musical hegemónicamente occidental está ganando esta batalla. El tercermundista lo abraza, pero ignora su monstruosidad. O quizá porque la ignora es que lo abraza. Una vez más, el hombre del mundo de segunda cierra los ojos frente al deseo cumplido de aparecer en la televisión y encontrarse en internet. El tercermundista sabe que es al fin parte del mundo. El mundo lo mira, lo reconoce, lo prefiere lejos, prefiere que se quede en esos parajes fantásticos y que no le contagie su suciedad, su pobreza, ni su violencia innata.

Obras citadas

- Brisset-Martín, Demetrio. "Acerca de la fotografía etnográfica". *Gazeta de Antropología* 15 (1999): artículo 11 <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=3461> Web, consultado el 30 de julio, 2014.
- Grimson, Alejandro y Karina Bidaseca coords. *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. Buenos Aires: CLACSO, 2013.
- McLeod, John. *Beginning Postcolonialism*. Manchester, UK.: Manchester University Press, 2002.
- Portocarrero, Gonzalo. "La utopía del blanqueamiento y la lucha por el mestizaje". Alejandro Grimson y Karina Bidaseca coords. *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. Buenos Aires: CLACSO, 2013. (165-200)
- Shohat, Ella y Robert Stam. *Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media*. London/New York: Routledge, 1994

Notas

¹ "In Limbo, with its stunning video, proves a triumphant opening salvo. 'It's always felt like a fighting song both musically and lyrically' says Luisa Gerstein. With images of Bolivia's Cholita female wrestlers proving a major stimulus whilst recording, Luisa sought them out, traveling to La Paz and teaming up with director Ian Pons Jewell. The resulting film is a dignified response to a 'Latin American society where being both indigenous and a woman is a double sub-class' – a celebration of these extraordinary women both in and out of the wrestling ring". (<http://bellaunion.com/artists/landshapes/>)

² <http://www.brainwashonline.co.uk/bolivia>

³ <http://www.brainwashonline.co.uk/the-wizard-of-la-paz#/id/i5171159>

⁴ <http://www.onepointfour.co/2013/07/05/bolivian-bounty/>

⁵ Esta y las siguientes traducciones de textos en inglés son realizadas por la autora del ensayo.